



Jörg Loth | Ralf Recktenwald

Chancen der Sortimentsoptimierung in der Fitness- und Gesundheitsbranche

Erschließung neuer Marktpotenziale durch moderne Steuerungsinstrumente

Jörg Loth, Ralf Recktenwald
Chancen der Sortimentsoptimierung
in der Fitness- und Gesundheitsbranche



Prof. Jörg Loth ist Vorstand der IKK Südwest und Professor für Ökonomie an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement in Saarbrücken. Nach einer Ausbildung zum Sozialversicherungsfachangestellten sowie einem Studium der Betriebswirtschaftslehre promovierte Loth zum Dr. rer. pol. am Lehrstuhl für Medizinmanagement der Universität Duisburg-Essen.



Ralf Recktenwald ist Direktor eines internationalen Managementdienstleisters, Interim Manager und nebenberuflicher Dozent an der ADG Business School an der Steinbeis-Hochschule Berlin. Seit vielen Jahren optimiert er Sortimente und Unternehmen. Neben zahlreichen Projekten verantwortete er über 10 Jahre die Bereiche Sortimentsmanagement und Vertriebscontrolling in (M)DAX-Unternehmen.

Jörg Loth | Ralf Recktenwald

Chancen der Sortimentsoptimierung in der Fitness- und Gesundheitsbranche

**Erschließung neuer Marktpotenziale durch
moderne Steuerungsinstrumente**



**ADG BUSINESS
SCHOOL**

AN DER STEINBEIS-HOCHSCHULE BERLIN

Impressum

© 2016 Steinbeis-Edition

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

Jörg Loth | Ralf Recktenwald
Chancen der Sortimentsoptimierung in der Fitness- und Gesundheitsbranche
Erschließung neuer Marktpotenziale durch moderne Steuerungsinstrumente

1. Auflage, 2016 | Steinbeis-Edition, Stuttgart
ISBN 978-3-95663-102-3

Satz: Steinbeis-Edition
Titelbild: ©shutterstock.com/Joje
Druck: Frick Kreativbüro & Onlinedruckerei e.K., Krumbach

Steinbeis ist weltweit im unternehmerischen Wissens- und Technologietransfer aktiv. Zum Steinbeis-Verbund gehören derzeit rund 1.000 Unternehmen. Das Dienstleistungsportfolio der fachlich spezialisierten Steinbeis-Unternehmen im Verbund umfasst Forschung und Entwicklung, Beratung und Expertisen sowie Aus- und Weiterbildung für alle Technologie- und Managementfelder. Ihren Sitz haben die Steinbeis-Unternehmen überwiegend an Forschungseinrichtungen, insbesondere Hochschulen, die originäre Wissensquellen für Steinbeis darstellen. Rund 6.000 Experten tragen zum praxisnahen Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft bei. Dach des Steinbeis-Verbundes ist die 1971 ins Leben gerufene Steinbeis-Stiftung, die ihren Sitz in Stuttgart hat. Die Steinbeis-Edition verlegt ausgewählte Themen aus dem Steinbeis-Verbund.

146733-2016-09 | www.steinbeis-edition.de

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

auch die außerordentlich positiven Rahmenbedingungen in der Gesundheits- und Fitnessbranche stellen die Unternehmen vor neue Herausforderungen und bieten insbesondere durch die Nutzung moderner Instrumente und Methoden zusätzliche Chancen. Dabei geht es besonders um die Vernetzung und den Transfer in den unterschiedlichsten Facetten. In der vorliegenden Publikation war dies als Leitidee prägend. Die geschickte Verknüpfung von methodischen Instrumenten mit neuartigen Marketingansätzen aktiviert zusätzliche Wachstumsfelder. Unterlegt wird dies durch zahlreiche Praxisbeispiele. Insbesondere durch den Know-how-Transfer zwischen den unterschiedlichen Branchen werden im Sinne eines Best-Practice-Ansatzes neue Wege aufgezeigt. Der Blick über den Tellerrand und die analytische Vernetzung der Fitnessbranche mit den Sozialversicherungssystemen sowie der Retailbranche ergeben innovative Möglichkeiten bei der Sortimentsgestaltung und Steuerung.

Für die wertvollen Anregungen und hilfreichen Gespräche bei der Erstellung dieser Publikation möchten wir uns bei den Herren Prof. Dr. Bernhard Allmann, Henrik Gockel, Thorsten Liedtke, Johannes Marx, Daniel Weber und Andreas Wintz besonders herzlich bedanken.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Losheim am See, im August 2016
Prof. Dr. Jörg Loth, Ralf Recktenwald

Inhaltsverzeichnis

Summary.....	9
1 Einleitung.....	10
2 Begriffsabgrenzung.....	11
3 Rahmenbedingungen und aktuelle Entwicklungen	12
4 Produkt- und Sortimentsangebot der Fitness- und Gesundheitsbranche unter strategischen Aspekten	14
5 Ausgewählte produkt- und sortimentspolitische Entscheidungen am Beispiel der Branche.....	18
6 Sortimentspolitik im Marketing-Mix	26
7 Fazit.....	29
Literaturverzeichnis	31

Summary

In der Fitness- und Gesundheitsbranche existieren durch die Erschließung neuer Marktpotenziale und moderner Steuerungsinstrumente, z. B. einem Supply Chain-Management, personalisierter bzw. dynamischer Preisgestaltung, große Chancen in der Ausweitung und Optimierung der Sortimente. In dieser Publikation werden verschiedene Strategieansätze mit konkreten Branchenbeispielen aufgezeigt. Eine gezielte Sortimentsausweitung durch Gesundheitsprogramme, Präventionskurse, Zusatzangebote sowie Kooperationen steigert die Effizienz. Weitere Sortiments- und Unternehmenserfolge lassen sich durch innovative Marketing-Instrumente und deren geschickten Mix erzielen.